Conseil national des produits agricoles

National Farm Products Council

2005 EN REVUE

Canada

MISSION

Notre mission consiste à veiller à ce que le système national de gestion de l'offre pour la volaille et les œufs de même que l'Office canadien recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie travaillent dans le meilleur intérêt de tous les intervenants;

et à

promouvoir la force des secteurs de l'agroalimentaire à l'égard desquels le Conseil a une responsabilité.

MANDAT

Notre mandat consiste à :

- conseiller le ministre sur les questions relatives à la création et au fonctionnement des offices prévus par la présente loi en vue de maintenir ou promouvoir l'efficacité et la compétitivité du secteur agricole;
- contrôler l'activité des offices afin de s'assurer qu'elle est conforme aux objets;
- travailler avec les offices à améliorer l'efficacité de la commercialisation des produits agricoles offerts sur les marchés interprovincial, d'exportation et, dans le cas d'un office de promotion et de recherche, sur le marché d'importation ainsi que des activités de promotion et de recherche à leur sujet;
- consulter régulièrement les gouvernements de toutes les provinces avant intérêt à la création ou à l'exercice des pouvoirs d'un ou de plusieurs offices dans le cadre de la présente loi.

PORTEFEUILLE D'AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE

Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC)
Conseil national des produits agricoles (CNPA)
Commission canadienne du lait (CCL)
Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA)
Commission canadienne des grains (CCG)
Financement agricole Canada (FAC)

Édifice Canada

10e étage,
344, rue Slater
Ottawa (Ontario) K1R 7Y3

Téléphone : (613) 995-6752
ATS : (613) 943-3707
Télécopieur : (613) 995-2097

Site Web :
http://www.nfpc-cnpa.gc.ca
Courriel : nfpcweb@agr.gc.ca

© Ministère des Travaux publics et des Services gouvernementaux Canada, 2006

No de cat. A99-2/2005
ISBN : 0-662-69366-3

106-07237/

TABLE DES MATIÈRES

MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE 2

EXAMEN DU CONSEIL 6

Affaires du Conseil 6

Plaintes 6

Accords fédéraux-provinciaux (AFP) 7

Application de la *Loi sur la commercialisation des produits agricoles* 9

Au-delà des frontières canadiennes 9

Initiatives en matière de communication 10

ÉTAT DE L'INDUSTRIE 11

Revue des offices 11

Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD) 11

Producteurs de poulet du Canada (PPC) 12

Office canadien de commercialisation des œufs (OCCO) 13

Office canadien de commercialisation des œufs d'incubation de poulet à chair (OCCOIPC) 15

Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie (OCRDMPBB) 15

Questions de l'heure dans l'industrie 16

Négociations de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) 16

La grippe aviaire (GA) 17

L'encéphalopathie spongiforme bovine (ESB) 17

PERSPECTIVES D'AVENIR 18

CADRE LÉGISLATIF 19

COORDONNÉES DES INTERVENANTS ET DES PERSONNES-RESSOURCES 20

MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE

UN DE NOS POINTS FORTS EST NOTRE APTITUDE À TRAVAILLER DE CONCERT AVEC NOS PARTENAIRES DE L'INDUSTRIE ET DU GOUVERNEMENT. CES RELATIONS POSITIVES NOUS PERMETTENT DE MIEUX COMPRENDRE LES ENJEUX, DE TRAITER LES PROBLÈMES AU FUR ET À MESURE QU'ILS SE PRÉSENTENT ET DE FOURNIR AU MINISTRE DE L'AGRICULTURE ET DE L'AGROALIMENTAIRE UN APERÇU PANCANADIEN.

Si nous réexaminons l'année à l'étude, nous pouvons être fiers des résultats et de la façon dont nous avons relevé les défis. Avec cinq nouveaux membres au Conseil et le roulement de certains employés, nous pouvons dire que 2005 a apporté au CNPA son contingent de défis. Nous devions également nous assurer que les nouvelles politiques pangouvernementales sur la gestion interne soient mises en œuvre dans le délai prescrit, ce qui n'était pas un mince exploit pour un petit organisme.

Un de nos points forts est notre aptitude à travailler de concert avec nos partenaires de l'industrie et du gouvernement. Ces relations positives nous permettent de mieux comprendre les enjeux, de traiter les problèmes au fur et à mesure qu'ils se présentent et de fournir au ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire un aperçu pancanadien. Cette force est de bon augure pour nos activités futures, comme notre collaboration avec les industries avicole et ovocole en matière de négotiations commerciales internationales.

Bien que la plupart de nos affaires concernent les quatre offices nationaux de gestion de l'offre, nous travaillons également avec l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie (OCRDMPBB). En 2005, le Conseil a approuvé le premier prélèvement national de l'Office—un pas en avant essentiel. Nous poursuivrons notre travail avec l'Office afin d'établir un prélèvement sur les importations de bœuf, ce qui assurera un appui plus soutenu aux activités de promotion et de recherche de l'industrie nationale.

À la lecture du présent document, vous constaterez que nous avons beaucoup amélioré notre façon de faire. Nous avons rationalisé les procédures de plaintes et mis au point un ensemble de mécanismes de résolution alternative des différends. Nous avons revitalisé la gestion stratégique en adoptant la fonction de contrôle moderne et en mettant en application le cadre de mesure de la planification et du rendement. De même, nous avons amélioré le manuel de gouvernance et mis en place un processus pour rationaliser l'application de la *Loi sur la commercialisation des produits agricoles*. Après avoir réalisé la plupart des objectifs du *Plan stratégique, 2003–2006*, nous avons renouvelé le plan et planifié notre cheminement jusqu'en 2009.

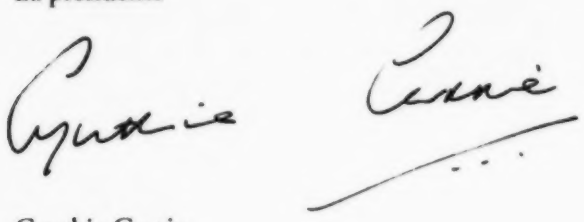
Pour ce qui touche à l'avenir, le Conseil continuera à encourager les offices de gestion de l'offre du dindon, des œufs et des œufs d'incubation de poulet à chair à renouveler leurs accords fédéraux-provinciaux (AFP). Ces accords offrent des possibilités en matière d'innovation et de transparence ainsi qu'un système de répartition équitable en permettant une croissance inégale des marchés. Le Conseil continuera aussi à encourager la diffusion d'information plus exhaustive sur les marchés, de sorte que les offices avicoles et ovocoles puissent prendre des décisions éclairées en ce qui a trait à la production et à la commercialisation.

Je suis convaincue de notre future réussite grâce au travail acharné de mes collègues du Conseil et du personnel, qui ont fait preuve d'engagement et de coopération en s'attaquant à des questions complexes.

Je profite de l'occasion pour souligner les efforts soutenus des offices nationaux de gestion de l'offre et des intervenants de l'industrie pour trouver un terrain d'entente et préparer l'avenir. Par leur engagement envers le partenariat, l'intégrité et le leadership, les industries canadiennes de la volaille et des œufs se renforcent. L'industrie canadienne du bœuf, grâce à ses propres efforts coopératifs, reprend aussi de la vigueur en relançant ses marchés d'exportation. Je suis convaincue que son avenir sera florissant.

Nous sommes fiers de nos réalisations, mais ils ne sont qu'un prélude au succès futur du Canada, où les partenariats constituent le fondement d'un leadership solide.

La présidente



Cynthia Currie

MEMBRES

De gauche à droite : Roger Richard (membre), Michel Veillette (membre), Susan Johnson (membre), Ron O'Connor (vice-président), Cynthia Currie (présidente), Terry Hayward (directeur exécutif), Maurice Giguère (membre), Stewart Affleck (membre).

Absents : Juliann Blaser Lindenbach (membre), Larry Campbell (membre—son mandat s'est terminé en novembre 2005)

PERSONNEL

De gauche à droite : Lisette Wathier, Keith Wilkinson, Carole Hotte, Pierre Bigras, Lise Leduc, Terry Hayward, Reg Milne, Carola McWade, John Kirk, Christine Kwasse, Kevin McBain, Chantal Lafontaine, Demeena Seyann

Absents : Laura LeBœuf, Patricia Lepage

PLAN STRATÉGIQUE DU CONSEIL

Le Conseil achève son plan stratégique triennal, lequel poursuit les objectifs suivants :

- faire en sorte que le système de gestion de l'offre fonctionne dans le meilleur intérêt de tous les intervenants; assurer une supervision transparente et responsable des offices nationaux de commercialisation en matière de poulet, dindon, œufs et œufs d'incubation; travailler de concert avec les partenaires des gouvernements provinciaux et territoriaux pour renouveler les accords qui vont renforcer le système de gestion de l'offre;
- promouvoir la force, la compétitivité et la rentabilité des secteurs et collaborer à améliorer leur capacité à répondre aux besoins du marché; encourager les possibilités relatives au marché de l'exportation, aux normes supérieures de salubrité des aliments, à une gestion améliorée de la chaîne d'approvisionnement et à d'autres mesures avantageuses pour l'industrie canadienne de l'agriculture et de l'agroalimentaire; fournir une orientation sur les mérites et les processus pour créer des offices de promotion et de recherche; et
- continuer à améliorer la gestion efficace, transparente et réceptive des activités du Conseil; réaliser cette opération en améliorant les procédures de planification stratégique, de rapport de gestion et d'exploitation.

En octobre 2005, les membres et le personnel de niveau supérieur du Conseil se sont réunis pour commencer à élaborer le *Plan stratégique, 2006–2009*. Ce plan sera finalisé et rendu public dès le début de 2006. Le Conseil devra être proactif en :

- informant le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire et les responsables des politiques concernant les activités des offices nationaux et les répercussions possibles qu'auront les politiques nationales et les ententes commerciales internationales sur les industries réglementées des produits agricoles;
- fournissant un programme actif d'information au secteur de l'agroalimentaire pour souligner l'importance et les avantages d'une coopération entre gouvernements et intervenants en matière de réglementation de la commercialisation;
- amenant les offices et les acteurs du secteur à discuter des possibilités et des défis d'importance auxquels font face les industries concernées.

CETTE ANNÉE A ÉTÉ TRÈS OCCUPÉE ET FRUCTUEUSE POUR LE CONSEIL ET SON PERSONNEL ... LE CONSEIL A ÉGALEMENT RENCONTRÉ SES HOMOLOGUES PROVINCIAUX, LES RÉGIES ALIMENTAIRES, POUR EXAMINER LES DÉFIS AUXQUELS FONT FACE LES INDUSTRIES RÉGLEMENTÉES DES PRODUITS AGRICOLES.

EXAMEN DU CONSEIL

AFFAIRES DU CONSEIL

Cette année a été très occupée et fructueuse pour le Conseil et son personnel. Le Conseil a tenu 13 réunions en 2005; dont sept par téléconférence et six en personne. Les membres du Conseil ont participé régulièrement aux réunions des cinq offices nationaux qu'il supervise et même aux réunions du Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de vollailes (CCTOV). Le Conseil a également rencontré ses homologues provinciaux, les régies agroalimentaires, pour examiner les défis auxquels font face les industries réglementées des produits agricoles.

Le Conseil a entrepris des démarches pour offrir aux intervenants des solutions autres que le mécanisme de recours officiel pour résoudre leurs différends. À l'automne, de l'information a été circulée sur les autres méthodes de résolution des différends qui seront offertes. Dorénavant, si un processus de résolution parallèle des différends n'est pas possible, le Conseil pourrait gérer les plaintes en tenant des audiences publiques, aux termes de l'article 8 de la Loi sur les offices des produits agricoles (LOPA).

PLAINTES

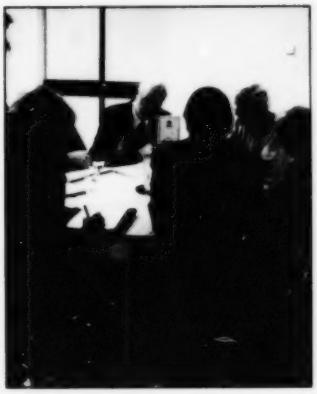
En 2005, le Conseil a répondu à trois plaintes déposées par des intervenants.

En avril, le CCTOV a déposé une plainte contre les contingents établis par les Producteurs de poulet au Canada (PPC) pour la période A-66 (du 26 juin au 20 août) et l'ensemble du processus d'établissement des contingents. Le Conseil a enquêté sur la plainte et a convoqué une réunion des parties. Il a également participé à la réunion du conseil d'administration des PPC en juillet pour observer comment les administrateurs établissent les contingents. Le Conseil a fait plusieurs recommandations à l'Office sur la façon d'améliorer le processus.

En juillet, l'Office de commercialisation du dindon de la Colombie-Britannique a déposé une plainte relative au règlement sur le contingentament proposé par l'Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD) pour 2005–2006 et à la méthode de contingentement de l'Office. Même si le Conseil a finalement rejeté la règlement proposé, la plainte demeure en suspens en attendant les résultats du processus de facilitation de l'OCCD. Ce processus a été amorcé par l'OCCD afin de trouver une méthode de contingentement qui réponde aux besoins de ses membres et respecte ses responsabilités légales.

En novembre, le CCTOV a déposé une autre plainte contre les PPC, concernant cette fois le contingent pour la période A-70 et, encore, contre le processus global d'établissement des contingents. Le Conseil a rencontré les deux parties concernées. Ils en sont venus à une entente consistant à former un comité technique conjoint de l'industrie pour mettre au point et mesurer des indicateurs du marché qui permettraient de prévoir à long terme avec plus de précision l'offre et la demande de poulet.

ACCORDS-FÉDÉRAUX PROVINCIAUX (AFP)



L'Office canadien de commercialisation des œufs (OCCO), l'Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD) et l'Office canadien de commercialisation des œufs d'incubation de poulet à chair (OCCOIPC) ont poursuivi leur travail à l'égard du renouvellement de leur AFP. Les discussions de l'OCCO et de l'OCCD visaient aussi à résoudre les questions relatives à la méthode de contingentement utilisée par chaque office.

L'Association nationale des régies agroalimentaires a convoqué ses membres à des ateliers qui ont eu lieu en avril et en mai. Ces ateliers avaient pour but de définir clairement et logiquement les attentes des provinces à l'égard du secteur à offre réglementée et d'adopter un ensemble de principes acceptables aux gouvernements. Ces principes guideront les offices dans l'élaboration de leurs politiques de contingentement. Parmi les participants aux ateliers, on comptait les membres de l'Association nationale des régies agroalimentaires provenant des dix provinces (présidents et directeurs des régies provinciales) ainsi que des sous-ministres adjoints responsables des politiques agricoles de plusieurs provinces. Quant aux participants fédéraux, on comptait des représentants du Conseil et d'Agriculture et Agroalimentaire Canada.

Le principe fondamental qui a été établi au cours des ateliers touche à l'intégration d'une croissance différentielle aux méthodes de contingentement élaborées par l'office concerné. Ce principe semblait en harmonie avec les objectifs initiaux de gestion de l'offre et être un prérequis pour créer un système fort, flexible et réceptif, pouvant s'adapter aux nouveaux marchés, aux règles du commerce international et aux objectifs provinciaux en matière de politique.

On retrouve également d'autres principes généraux, comme la protection des investissements financiers, la prise en considération d'autres approches régionales de contingentement, l'appui à l'innovation, des mécanismes efficaces de résolution des différends et des politiques d'exportation qui sont « acceptables à l'OMC ». Et enfin, les AFP doivent répondre au meilleur intérêt de tous les membres de la chaîne de valeur.

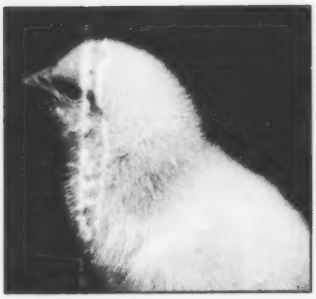
Les membres de l'Association nationale des régies agroalimentaires ont consigné les principes en question dans un rapport afin de favoriser le dialogue avec les quatre offices nationaux de commercialisation. Des réunions ont eu lieu à l'automne avec chaque office. En général, les offices ont réagi de façon positive aux principes, et ils ont bien accueilli l'initiative de l'Association en vue d'aider à résoudre les questions en suspens entourant les politiques de contingentement et l'achèvement à temps des AFP.

L'avancement du renouvellement de l'AFP de chaque office est décrit ci-dessous.

Les Producteurs de poulet du Canada (PPC)

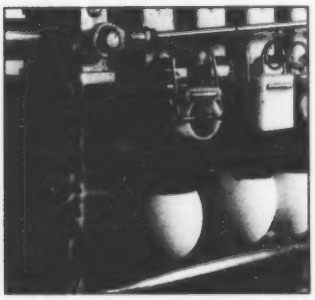
Un AFP renouvelé a été signé en juin 2001, englobant une nouvelle approche de contingentement. La méthode axée sur la formule « descendante » était

désormais plutôt axée sur un régime « ascendant » en fonction du marché. Cependant, le nouvel accord ne remplissait pas les objectifs de réceptivité au marché de certaines provinces. Les PPC ont présenté le projet de modification à l'office de commercialisation et à la régie agroalimentaires de chaque province en 2003. En 2005, ils cherchaient encore une entente avec les provinces.



Office canadien de commercialisation des œufs d'incubation de poulet à chair (OCCOIPC)

En 2005, l'Office a terminé son travail sur un nouveau AFP et les annexes qui s'y rattachent. Ce document sera distribué à tous les signataires en 2006 afin qu'ils en examinent le contenu et lui fassent part de leurs commentaires. Les modifications proposées à la *Proclamation* de l'Office (annexe A de l'AFP) comprennent, entre autres, retirer la province de l'Alberta en tant que membre, changer le nom de l'Office qui deviendrait « Producteurs d'œufs d'incubation du Canada (POIC) » et permettre aux organisations de l'industrie de nommer des membres autres que des producteurs au conseil d'administration de l'Office.



Office canadien de commercialisation des œufs (OCCO)

En 2004, l'OCCO a fait circuler l'ébauche de l'Accord fédéral-provincial-territorial (AFPT) renouvelé aux signataires afin qu'ils émettent leurs commentaires. À ce moment-là, les trois signataires de la Saskatchewan ont déclaré qu'ils ne signeraient pas un nouvel AFPT comportant la nouvelle méthode de contingentement proposée par l'OCCO. Le gouvernement de la Saskatchewan a contesté cette section, déclarant qu'elle ne respectait pas les exigences de la *Loi sur les offices des produits agricoles*, notamment qu'elle ne tenait pas compte du principe de l'avantage comparé de production. En 2005, cette objection a été présentée devant la Cour fédérale, ce qui a mis fin à l'élaboration de l'AFPT.

Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD)

L'OCCD fait encore face à des problèmes internes relatifs à sa méthode de contingentement. Ces problèmes, qui durent depuis 2004, ont retardé la finalisation du renouvellement de l'AFP dont est responsable l'Office.

En février 2005, l'Office a formé un comité de contingentement qui est responsable d'examiner les critères établis dans la Proclamation de l'OCCD et d'élaborer une nouvelle politique pour établir le contingent commercial. En juin, le comité a terminé son travail et en a fait rapport au conseil d'administration de l'Office à des fins d'examen. Le conseil d'administration n'a pu arriver à un consensus sur les recommandations du comité. À l'automne 2005, l'OCCD a entamé un processus de médiation pour tenter de régler cette question.

Si une entente est conclue sur l'adoption d'une méthode acceptable de contingentement, l'Office pourra enfin se concentrer sur le renouvellement de l'AFP.

APPLICATION DE LA *LOI SUR LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS AGRICOLES* (LCPA)

En 2005, le Conseil a lancé un projet important pour améliorer l'efficacité de l'application de la *Loi sur la commercialisation des produits agricoles* (LCPA). La *Loi* permet au gouvernement fédéral de déléguer des pouvoirs aux commissions et aux offices provinciaux, qui à leur tour réglementent le commerce intraprovincial, interprovincial et d'exportation.

Le projet a pour but :

- de rationaliser la procédure administrative servant à modifier les ordonnances, les règlements et la LCPA;
- de faciliter la capacité de suivre l'évolution d'un dossier donné; et
- de connaître l'état actuel de tous les décrets de délégation de pouvoirs de la LCPA et de tous les offices provinciaux exerçant des pouvoirs fédéraux qui leur ont été délégués.

Le Conseil a créé une base de données qui englobe l'ensemble des ordonnances et règlements pris en vertu de la LCPA. Cette base est utile quand vient le temps de retrouver et d'utiliser de l'information pour établir un rapport détaillé. Grâce à la collaboration de toutes les régies agroalimentaires provinciales, la base de données contient de l'information portant sur les décrets de délégation de pouvoirs, les règlements et les ordonnances en général et leurs modifications, les coordonnées des personnes-ressources de la régie agroalimentaires et de l'office de commercialisation de chaque province, et des extraits de la *Gazette du Canada* en plus de permettre d'accéder directement à tous les documents législatifs qui se rattachent à la LCPA.

AU-DELÀ DES FRONTIÈRES CANADIENNES

Le Conseil a participé à un certain nombre de forums et d'ateliers internationaux sur la volaille pour élargir les connaissances des tendances et des développements dans les secteurs de la volaille et du bœuf. En tant que nation productrice de denrées alimentaires, le Canada vise avant tout à assurer la mise en place de règles et de pratiques commerciales sensées et équitables, et à faire le nécessaire pour que le secteur de l'agriculture canadienne soit prêt à réagir à tout problème éventuel lié à la santé des animaux.

À *l'International Poultry Exposition* (salon international de la volaille) d'Atlanta, qui s'est déroulée en janvier, on a discuté des changements technologiques et des enjeux auxquels fait face l'industrie avicole et ovocole. En février, à *l'Agricultural Outlook Forum* (forum sur les perspectives de l'agriculture) du département de l'Agriculture des États-Unis, on a traité le thème « Science, aux politiques et aux marchés - à l'horizon ». L'événement a mis l'accent sur les divers effets positifs que

En tant que nation productrice de denrées alimentaires, le Canada vise avant tout à assurer la mise en place de règles et de pratiques commerciales sensées et équitables, et à faire le nécessaire pour que le secteur de l'agriculture canadienne soit prêt à réagir à tout problème éventuel lié à la santé des animaux.

peuvent avoir la science et la technologie sur la productivité agricole, la nutrition, la santé et l'environnement. On y a également abordé les questions liées aux flambées d'encéphalopathie spongiforme bovine (ESB) et de grippe aviaire (GA), leurs répercussions, ainsi que la prévention et la gestion de flambées éventuelles.

L'Ave Expo Americas qui s'est tenue en août au Brésil a souligné encore une fois la croissance soutenue de la production sud-américaine de la volaille, plus particulièrement des exportations du Brésil. Le premier International Aviculture Forum (forum international sur l'aviculture) a traité de nutrition de la volaille, de biosécurité, de GA, et de gestion et du bien-être des animaux.

Le commerce international de la volaille et des produits avicoles a été touché par la découverte de diverses souches de GA chez les troupeaux sauvages et domestiques. Les préoccupations liées au transfert possible entre humains d'une souche dérivée de GA ont provoqué autour du monde un état d'anxiété au sujet de la probabilité d'une pandémie humaine de grippe.

Les décisions en matière de politique commerciale de la Russie (contingents d'importation) et de l'Union Européenne [teneur en sels de la volaille] ont eu une incidence négative sur les principaux exportateurs de volaille, ce qui a nui aux prix de la volaille à l'échelle internationale. Les producteurs, transformateurs, distributeurs, détaillants et consommateurs du Canada en ont aussi ressenti les effets. Ces expériences ont mis en évidence l'importance de maintenir des relations de travail étroites avec les intervenants de la chaîne d'approvisionnement pour que le Canada produise des aliments sains, vendus en quantité suffisante pour répondre à la demande, et ce, à des prix raisonnables.

INITIATIVES EN MATIÈRE DE COMMUNICATION

Le Conseil a continué à fournir d'excellents produits de communication pour informer ses membres, son personnel et les partenaires et intervenants de l'industrie, et leur faire part des plus récents événements.

Bulletin Focus

Publié huit fois par année, le bulletin *Focus* du Conseil fournit aux lecteurs intéressés de l'information précieuse et à jour. Il traite surtout des affaires du Conseil et des nouvelles des offices, en plus d'offrir un survol des nouvelles internationales, de l'industrie et du portefeuille.

Site Web

Les commentaires constructifs des utilisateurs ont beaucoup aidé le Conseil à mettre à jour son site Web, le rendant plus convivial et informatif. Les pages « Contactez-nous » qui affichent des liens aux offices de commercialisation de la gestion de l'offre et aux gouvernements provinciaux ainsi que la page d'accueil du Conseil sont celles qui ont reçu le plus de « visites » en 2005. Pour simplifier l'accès à l'information, le site comporte maintenant une page intitulée « Manuel de données » et un nouveau lien graphique vers la page des allocutions.

Manuel de données

Le Conseil a publié l'édition de 2004 de l'*Industrie canadienne de la volaille et des œufs* en septembre 2005. Ce manuel complet fournit un large éventail de faits et de données statistiques sur l'industrie de la volaille et des œufs. Le manuel est reconnu comme un outil pratique dans ces secteurs, dans le milieu universitaire, dans les ministères et parmi les autres groupes concernés.

ÉTAT DE L'INDUSTRIE

REVUE DES OFFICES

Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD)

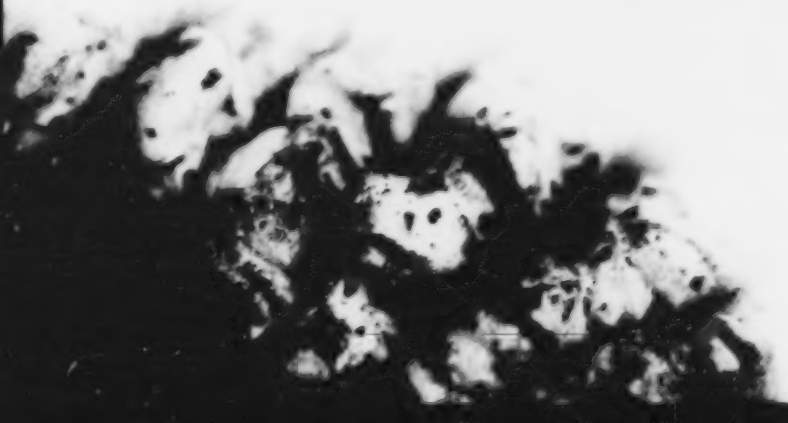
Beaucoup de travail a été accompli dans le cadre du programme de salubrité alimentaire à la ferme de l'Office. L'examen technique mené par l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) en 2005, qui visait à établir la cohérence du programme avec les principes du programme Analyse des dangers et maîtrise des points critiques (connu sous le nom de « HACCP » en anglais), a porté ses fruits.

L'Office a joué un rôle important dans la promotion de la valeur nutritive du dindon auprès des Canadiens. La longue période de stagnation de la demande est révolue grâce à la croissance importante de la consommation, aux produits plus élaborés et à plusieurs initiatives de commercialisation du prêt-à-manger.

En 2004, l'industrie de la transformation a approché l'OCCD, lui demandant un approvisionnement supplémentaire pour lancer un nouveau sandwich à la dinde au menu des restaurants McDonald's. Ainsi, la consommation globale de sous-marins et de sandwiches deli a grimpé dans les restaurants canadiens à service rapide en 2005. Cela est de bon augure pour la consommation, la production et les activités de transformation.

Les questions de contingentement continuent cependant à préoccuper l'Office, si l'on s'en tient au rapport de décembre 2004 qu'a déposé le comité des plaintes du Conseil. La plainte des signataires de la Colombie-Britannique contestait les politiques de contingentement de l'OCCD. L'Office a réagi en formant trois sous-comités ayant pour mandat de définir et de mesurer les critères énoncés à l'article 4 de la *Proclamation* et d'expliquer comment ils s'appliqueraient à un nouveau système de contingentement.

BEAUCOUP DE TRAVAIL A ÉTÉ ACCOMPLI DANS LE CADRE DU PROGRAMME DE SALUBRITÉ ALIMENTAIRE À LA FERME DE L'OFFICE ... L'OFFICE A JOUÉ UN RÔLE IMPORTANT DANS LA PROMOTION DE LA VALEUR NUTRITIVE DU DINDON AUPRÈS DES CANADIENS.



En juillet, les administrateurs de l'OCCD ont accepté les recommandations du comité de contingentement de l'Office. Ils ont établi un contingent pour la période de contrôle de 2005–2006. Toutefois, cette mesure a provoqué une autre plainte déposée devant le Conseil. Cette fois, elle touche à la méthode de contingentement de l'Office et au règlement sur le contingentement proposé.

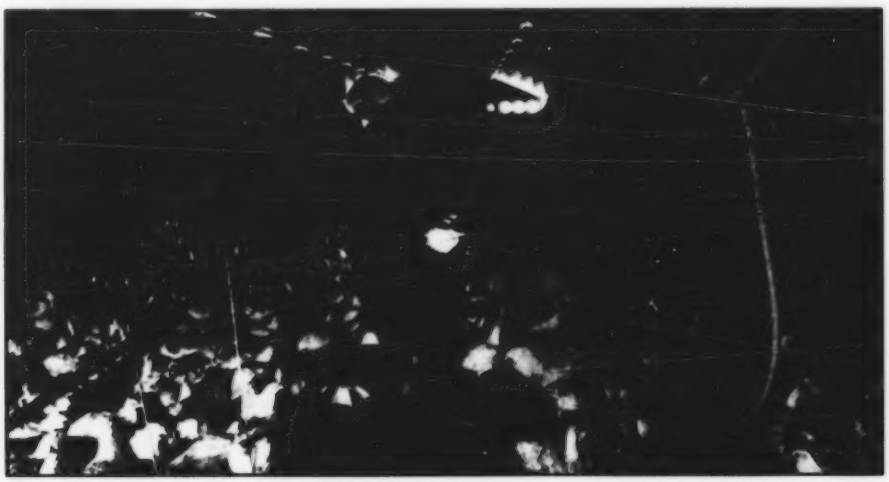
Le personnel du Conseil a mené une enquête sur la question et a présenté son rapport aux membres du Conseil. Après examen des documents justificatifs, des explications de l'Office et du rapport d'enquête du personnel sur la plainte, le Conseil a refusé d'approuver au préalable le règlement sur le contingentement pour 2005–2006. Conscient de l'importance de sa position et de son incapacité à établir un règlement sur le contingentement acceptable, l'OCCD a embauché un médiateur pour l'aider à trouver des issues favorables.

Le Conseil continue à coopérer avec l'OCCD et ses membres afin de faire avancer cette affaire.

L'Office a montré sa détermination à établir les volumes appropriés de production pour chaque période en utilisant des indicateurs de marché crédibles, comme les volumes d'importation, les stocks entreposés et les prix de gros, pour éventuellement mettre fin aux préoccupations des transformateurs.

Producteurs de poulet du Canada (PPC)

Les PPC continuent à surveiller les questions clés qui touchent à l'industrie canadienne du poulet, comme la préférence des consommateurs canadiens pour le poulet, les perceptions concernant la salubrité et la qualité des aliments et les programmes de soin des animaux de ferme. Un projet pilote sur le soin des animaux a été lancé afin d'élaborer un programme global associé à la production canadienne du poulet. Les PPC collaborent aussi avec leurs partenaires des industries pour favoriser la biosécurité au sein du programme de salubrité alimentaire à la ferme, appelé *Salubre, plus salubre, encore plus salubre*, et ainsi assurer la mise en place d'excellentes procédures de sécurité alimentaire et de systèmes normalisés de sécurité alimentaire, dans les fermes canadiennes.

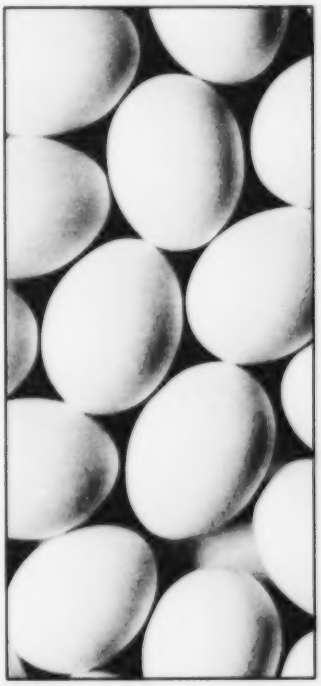


Même si l'on constate des progrès dans l'amélioration du processus d'établissement des contingents, le conseil d'administration des PPC concentre aussi son attention sur d'autres améliorations. Le Conseil a été encouragé par l'empressement des PPC à discuter ouvertement des améliorations. L'Office a montré sa détermination à établir les volumes appropriés de production pour chaque période en utilisant des indicateurs de marché crédibles, comme les volumes d'importation, les stocks entreposés et les prix de gros, pour éventuellement mettre fin aux préoccupations des transformateurs.

En avril 2005, le CCTOV a déposé une plainte à l'égard du contingent établi pour la période A-66 par les PPC, et aussi de l'ensemble de son processus d'établissement des contingents. Le Conseil a abordé cette plainte en deux étapes. D'abord, le CCTOV et le personnel de direction des PPC ont tous deux accepté de rencontrer le Conseil pour lui présenter leurs points de vue sur le contingent proposé pour la période A-66. Le Conseil a ensuite rencontré le conseil d'administration des PPC pour discuter des préoccupations du CCTOV. Les réunions ont servi de forum à toutes les parties pour exprimer leurs inquiétudes et discuter d'éventuelles améliorations au processus.

En début novembre, le CCTOV a déposé une seconde plainte devant le Conseil, à l'égard cette fois de la décision des PPC au sujet des contingents pour la période A-70, lui demandant de trouver des solutions aux questions qui reviennent périodiquement en rapport avec le système actuel. La présidente du Conseil a rencontré les membres du personnel clés du CCTOV et des PPC pour discuter de la situation. Il en est ressorti plusieurs suggestions touchant l'amélioration du processus d'établissement des contingents et l'élaboration d'un plan d'action.

Les PPC ont accepté de former un groupe de travail avec le CCTOV. Son mandat est de définir les plus importants indicateurs des marchés à prendre en considération pour établir les contingents, et ensuite d'analyser ces indicateurs sous tous les angles. Le Conseil félicite les parties d'adopter cette approche commune pour régler leurs différends, et suivra avec intérêt l'évolution des efforts du groupe de travail.



Office canadien de commercialisation des œufs (OCCO)

L'OCCO a modifié son *Plan de marketing et de nutrition*. Par ce plan, l'OCCO vise à accroître la consommation d'œufs en promouvant leurs effets bénéfiques pour la santé. En collaboration avec médecins, diététistes et éducateurs, l'Office a tenté d'améliorer la perception qu'ont les patients et le public en général à l'égard de la consommation d'œufs.

L'Office a également mis à jour son enquête sur le coût de production. La dernière enquête date de 1999. L'OCCO et l'office de commercialisation des œufs de chacune des provinces utilisent la formule de calcul des coûts de production pour déterminer le prix au producteur ainsi que la valeur de rachat

L'Office a amorcé l'année dans une bonne position financière. En raison des prix peu élevés des œufs de décoquillage qui sont influencés par les prix aux États-Unis, et des volumes imprévus de produits industriels excédentaires, l'Office a dû demander une augmentation de ses prélèvements pour les quatre derniers mois de l'année.

intégrée dans le programme des produits industriels de l'Office. Cette nouvelle enquête consiste à actualiser les indicateurs de productivité, par exemple, le taux de ponte et de conversion alimentaire. Le travail préliminaire, y compris la réalisation de questionnaires et la méthode d'échantillonnage, a été complété en début 2005. Les entrevues à la ferme ont eu lieu à l'été et à l'automne, et le rapport final a été rédigé à la fin de 2005. La version définitive devrait être présentée au conseil d'administration de l'OCCO au cours de la réunion de l'Office en mars 2006. Le vice-président du Conseil, Ron O'Connor, a siégé à titre d'observateur au comité.

L'Office a amorcé l'année dans une bonne position financière. En raison des prix peu élevés des œufs de décoquillage qui sont influencés par les prix aux États-Unis, et des volumes imprévus de produits industriels excédentaires, l'Office a dû demander une augmentation de ses prélèvements pour les quatre derniers mois de l'année.

L'Office continue à mener des vérifications auprès des producteurs d'œufs pour veiller à ce qu'ils appliquent le programme de salubrité des aliments de l'Office appelé *Propreté d'abord—Propreté toujours*®. Ce programme HACCP est dispensé par les inspecteurs de l'Office sur le terrain et concerne les producteurs d'œufs réglementés. Il évalue les fermes en fonction des critères visés. L'Office applique son programme de salubrité des aliments à la ferme depuis 1989.

L'Office est aussi en train d'élaborer un programme de salubrité des aliments à la ferme pour les producteurs de poulettes. Ce programme ressemblera au programme *Propreté d'abord—Propreté toujours*® et devrait être opérationnel en 2006.

Les signataires de la Saskatchewan et trois fermes ovocoles de la Saskatchewan ont déposé devant la Cour fédérale une demande d'examen judiciaire des contingents provinciaux établis au moyen du règlement sur le contingentement de l'OCCO pour la période du 26 décembre 2004 au 31 décembre 2005. Les parties de la Saskatchewan avaient déposé une demande d'examen judiciaire semblable en 2004 concernant la période de contingentement du 1er août au 25 décembre 2004. La Cour fédérale a réuni les deux demandes d'examen et a fixé les audiences pour le début de 2006.

® *Marque déposée de l'Office canadien de commercialisation des œufs*

Office canadien de commercialisation des œufs d'incubation de poulet à chair (OCCOIPC)

L'Office a poursuivi ses discussions avec les Alberta Hatching Egg Producers (producteurs d'œufs d'incubation de l'Alberta) pour les amener à adhérer de nouveau à l'Office. Les producteurs de l'Alberta se sont séparés de l'Office en décembre 2004. L'Office a également discuté avec les producteurs de la Saskatchewan et du Nouveau-Brunswick pour les encourager à adhérer à l'Office.

L'Office a axé ses efforts sur le renouvellement de l'AFP. Le comité responsable de cet accord s'est réuni en juin pour examiner la version préliminaire de l'AFP, l'annexe A - *Proclamation* et l'annexe B - *l'Entente opérationnelle*. Le travail sur l'AFP et les annexes qui s'y rattachent a été complété. En 2006, l'OCCOIPC fera parvenir l'AFP modifié à tous les signataires pour qu'ils expriment leurs commentaires.

L'Office a renforcé l'aspect de la biosécurité de son programme HACCP— le Programme canadien d'assurance de la qualité des œufs d'incubation (PCQOI®). L'examen technique initial du Programme a été effectué par l'ACIA en 2005. Dans le cadre du Programme, les exploitants d'œufs d'incubation de poulet à chair font l'objet de vérifications en fonction des bonnes pratiques de production et des points de contrôle essentiels. Le Programme compte trois points de contrôle essentiels : la médication utilisée, le tri des œufs d'incubation et l'entreposage de tous les œufs d'incubation destinés aux postes de classement d'œufs enregistrés au fédéral. L'ACIA réexaminera les changements en 2006.

Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie (OCRDMPBB)

En mars 2005, le Conseil a approuvé au préalable la première Ordonnance canadienne sur les redevances à payer de l'Office. Les redevances nationales, fixées à un dollar par tête, sont perçues sur la commercialisation interprovinciale des bovins de boucherie. Quatre provinces (C.-B, Alb., Sask., N.-B.) perçoivent les redevances à payer en fonction des accords signés. Les autres provinces perçoivent les redevances sur une base facultative et les remettent à l'Office pour soutenir la promotion, la recherche et les activités axées sur ses plans de développement des marchés. L'Office poursuit son travail avec ses homologues provinciaux pour mettre en application le système national de perception des prélèvements en fonction des accords signés.

L'Office a entrepris des efforts pour rédiger et finaliser les documents requis qui serviront à établir un prélèvement sur l'importation de bovins de boucherie, de bœuf et de produits du bœuf. Le personnel de l'Office a aussi étudié la possibilité de percevoir une redevance sur les exportations.

® *Marque déposée de l'Office canadien de commercialisation des œufs d'incubation de poulet à chair*

QUESTIONS DE L'HEURE DANS L'INDUSTRIE

Les quatre offices nationaux de commercialisation de la gestion de l'offre ont coordonné leurs efforts dans des secteurs d'intérêt commun. Le cycle de négociations commerciales de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et la coordination de l'industrie et du gouvernement pour faire face à la flambée de GA étaient deux des questions de l'heure. L'ESB et son impact sur le commerce sont toujours un problème pour l'industrie du bœuf à l'échelle mondiale.

Négociations de l'Organisation mondiale du commerce (OMC)

Durant le cycle de négociations à Doha, l'intention de réaliser des progrès ambitieux a suscité des négociations extrêmement animées au sein de l'OMC. L'objectif était de trouver des solutions aux problèmes structurels et de préciser le niveau d'ambition en préparation à la conférence ministérielle qui a eu lieu à Hong Kong en décembre.

LA SIXIÈME CONFÉRENCE MINISTÉRIELLE DE L'OMC À HONG KONG A FAIT PROGRESSER PLUSIEURS QUESTIONS CLÉS. TOUS LES PARTICIPANTS ONT TOUTEFOIS RECONNU QU'IL RESTE ENCORE PLUSIEURS DÉTAILS À RÉGLER EN 2006.

La sixième conférence ministérielle de l'OMC à Hong Kong a fait progresser plusieurs questions clés. Tous les participants ont toutefois reconnu qu'il reste encore plusieurs détails à régler en 2006. De concert avec les politiciens du Canada et les négociateurs commerciaux, les représentants de l'industrie canadienne de la volaille et des œufs ont déployé des efforts pour renforcer leur position, à l'effet qu'il ne faut pas réduire les niveaux des droits hors contingent ni augmenter les niveaux minimum d'accès.

La grippe aviaire (GA)

La GA demeure une préoccupation universelle de première importance en raison des souches hautement pathogènes du virus H5 qui ont été observées. En novembre, l'industrie canadienne de la volaille et des œufs a été mise en état de grande alerte car on a détecté une souche faiblement pathogène du virus grippal aviaire H5 sur une ferme commerciale de la Colombie-Britannique où on fait l'élevage du canard. La mise en quarantaine rapide que s'est imposée le producteur et la décision de l'industrie et du gouvernement d'abattre le troupeau touché a évité une crise à l'échelle de l'industrie semblable à celle que l'on a vécu en 2004, au moment de la découverte d'un cas de GA dans la vallée du Fraser. La réaction rapide et les mesures de suivi ont permis à l'ACIA et au ministère de l'Agriculture et des Terres de la Colombie-Britannique de déclarer les fermes avicoles de deux zones de surveillance de la vallée du Fraser exemptes de GA. Ces zones de surveillance et les mises en quarantaine connexes ont ultérieurement été levées.

Les offices nationaux et le CCTOV poursuivent leur travail avec l'ACIA pour élaborer un ensemble efficace et efficient de protocoles sur la GA. L'industrie a embauché un coordonnateur pour assurer la liaison avec l'ACIA et Agriculture et Agroalimentaire Canada. Le coordonnateur se concentrera sur des projets comme une indemnisation, un programme d'abattage préventif et une gestion générale des situations d'urgence. Il travaillera également avec les gouvernements pour mettre en œuvre un plan national d'intervention d'urgence en cas de maladies provenant d'animaux venant de l'étranger.

L'encéphalopathie spongiforme bovine (ESB)

Depuis la confirmation de la présence d'ESB au Canada en 2003, le gouvernement fédéral travaille en étroite collaboration avec l'industrie canadienne du bovin d'afin d'améliorer la situation à laquelle elle fait face. Le Canada a surpassé l'objectif qu'il s'était fixé pour 2005 en matière de dépistage de l'ESB. De janvier à juin, 32 363 échantillons ont été prélevés et testés dans le réseau des laboratoires provinciaux et fédéraux du Canada.

À la suite d'une décision prise en décembre 2004 consistant à autoriser l'entrée d'un large éventail de viande de bœuf et de produits de bœuf en provenance de bovins canadiens de tout âge à Cuba, le gouvernement cubain a annoncé en mars que le Canada avait été approuvé en tant que source de bovins vivants. Par ailleurs, les États-Unis ont ouvert leur frontière à quelques classes de bovins vivants en provenance du Canada et à une liste élargie de produits de bœuf, y compris la viande de bœuf non désossée d'animaux de moins de 30 mois. En décembre, le Japon a décidé de rouvrir son marché au bœuf canadien pour les bovins de moins de 21 mois dont l'âge a été vérifié, après que les évaluations du risque et les procédures administratives finales auront été complétées.

PERSPECTIVES D'AVENIR

Le Conseil a pris part à des discussions constructives visant à élaborer sa vision stratégique pour 2006–2009 avec les offices nationaux et les intervenants qui ont présenté leurs plans et priorités de même que leurs principales préoccupations. Dans le cadre de la séance de planification stratégique du Conseil qui a eu lieu à l'automne, une analyse environnementale de la conjoncture de l'industrie avicole et ovocole canadienne a été présentée, ainsi qu'un aperçu national et international de l'industrie agricole et agroalimentaire du Canada.

La séance de planification stratégique a fourni au Conseil un portrait précis de son rôle et de ses responsabilités en matière de supervision d'un système efficace et durable de gestion de l'offre au Canada. La séance a mis en évidence l'évolution de l'industrie de la volaille et des œufs, les répercussions incertaines que les négociations commerciales internationales pouvaient avoir sur ce secteur et l'image d'une industrie davantage orientée sur le consommateur et qui serait axée sur les principes d'innovation, d'efficience et de chaîne de valeur.

Pour le futur, le Conseil a cerné les priorités fondamentales de même que les défis à relever dans l'industrie de la volaille et des œufs. Le Conseil juge les points suivants prioritaires :

- travailler avec les offices et les régies agroalimentaires provinciales pour faire progresser le renouvellement des AFP de la volaille et des œufs;
- renforcer son rôle de supervision, en veillant à ce que les offices nationaux opèrent en conformité avec le cadre réglementaire et législatif et le pouvoir qui leur a été accordé;
- améliorer les communications avec les offices nationaux et les intervenants de l'industrie, et encourager le dialogue entre les intervenants clés pour favoriser une coopération efficace;
- continuer à organiser des activités, des conférences et des ateliers qui traitent des questions courantes et des nouvelles d'intérêt national et international liées aux secteurs de la volaille et des œufs pour fonder une industrie axée sur le savoir; et
- renforcer l'administration interne à l'aide de méthodes de gestion saines qui permettent au Conseil de surveiller son rendement en fonction de ses objectifs stratégiques.

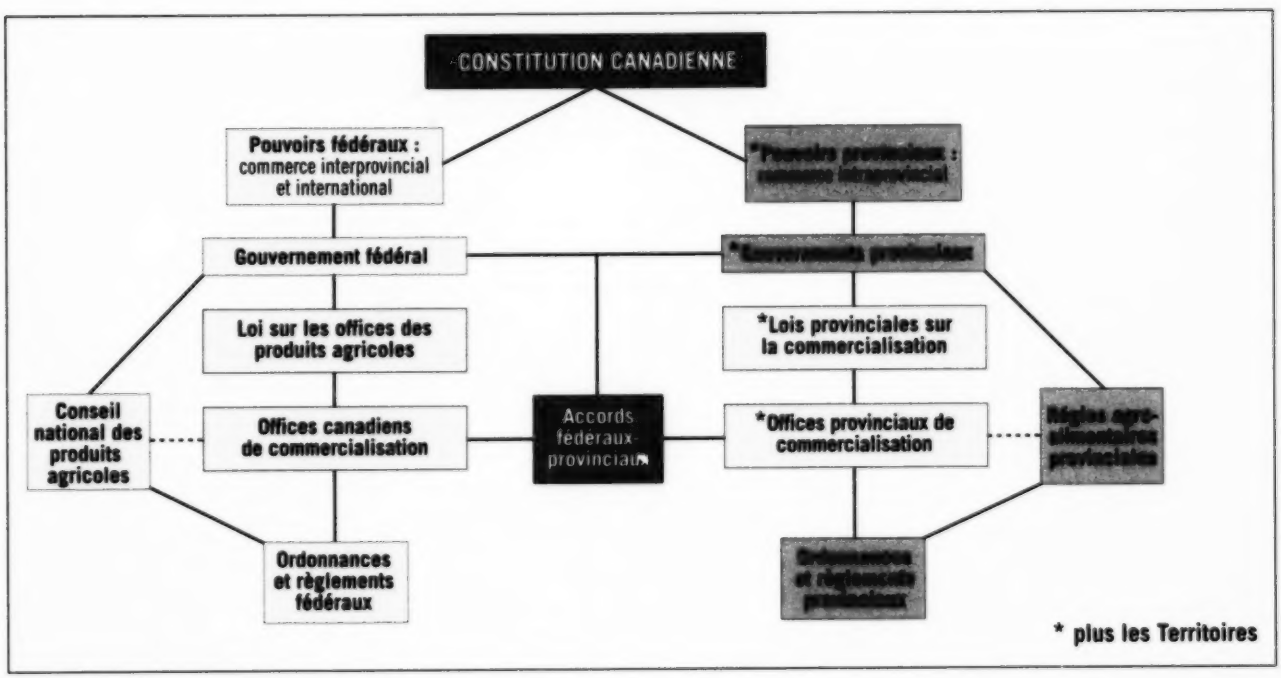
Le Conseil a conscience qu'il ne sera pas facile d'accomplir ces priorités stratégiques. Néanmoins, il est optimiste face à un futur prometteur et excitant. Il est prêt, confiant et aussi assuré d'avoir l'appui de ses membres, du personnel, des offices nationaux et des partenaires de l'industrie.

CADRE LÉGISLATIF

Selon la *Constitution* du Canada, l'agriculture est divisée en deux compétences : la compétence fédérale qui traite de la commercialisation sur le marché interprovincial et dans le commerce d'exportation, et la compétence provinciale qui traite de la commercialisation intraprovinciale. Tout programme national doit respecter ces deux compétences distinctes bien qu'indissociables. Conformément à la *Constitution*, le gouvernement fédéral et chaque province mettent en place un cadre au sein de leur propre compétence et selon leur pouvoir. Structurellement, les composantes parallèles des cadres sont similaires même si, au niveau provincial, il peut y avoir quelques caractéristiques distinctes pour chaque province.

Le système de gestion de l'offre tient compte de quatre fondements juridiques clés.

- La *Loi sur les offices des produits agricoles* (LOPA) permet aux groupes de producteurs d'établir des offices nationaux de commercialisation.
- Les proclamations fédérales établissent chacun des offices nationaux de commercialisation.
- La législation provinciale et territoriale régit les offices de producteurs et les régies agroalimentaires.
- Les accords fédéraux-provinciaux-territoriaux fournissent les détails concernant le fonctionnement du système en établissant des méthodes d'opération pour chaque office national de commercialisation.

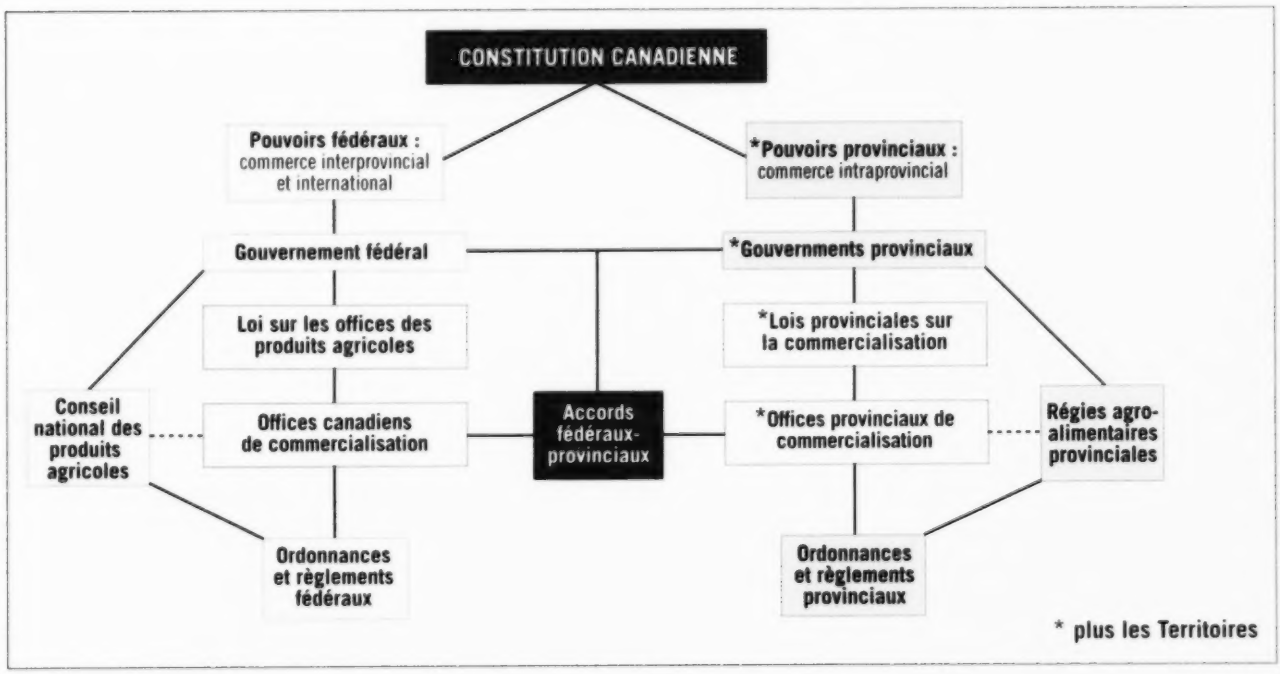

CONSTITUTION CANADIENNE
Pouvoirs fédéraux : commerce interprovincial et international
Gouvernement fédéral
Loi sur les offices des produits agricoles
Conseil national des produits agricoles
Offices canadiens de commercialisation
Ordonnances et règlements fédéraux
Accords fédéraux-provinciaux
*Lois provinciales sur la commercialisation
*Offices provinciaux de commercialisation
* plus les Territoires

CADRE LÉGISLATIF

Selon la *Constitution* du Canada, l'agriculture est divisée en deux compétences : la compétence fédérale qui traite de la commercialisation sur le marché interprovincial et dans le commerce d'exportation, et la compétence provinciale qui traite de la commercialisation intraprovinciale. Tout programme national doit respecter ces deux compétences distinctes bien qu'indissociables. Conformément à la *Constitution*, le gouvernement fédéral et chaque province mettent en place un cadre au sein de leur propre compétence et selon leur pouvoir. Structurellement, les composantes parallèles des cadres sont similaires même si, au niveau provincial, il peut y avoir quelques caractéristiques distinctes pour chaque province.

Le système de gestion de l'offre tient compte de quatre fondements juridiques clés.

- La *Loi sur les offices des produits agricoles* (LOPA) permet aux groupes de producteurs d'établir des offices nationaux de commercialisation.
- Les proclamations fédérales établissent chacun des offices nationaux de commercialisation.
- La législation provinciale et territoriale régit les offices de producteurs et les régies agroalimentaires.
- Les accords fédéraux-provinciaux-territoriaux fournissent les détails concernant le fonctionnement du système en établissant des méthodes d'opération pour chaque office national de commercialisation.


CONSTITUTION CANADIENNE
Pouvoirs fédéraux : commerce interprovincial et international
*Pouvoirs provinciaux : commerce intraprovincial
Gouvernement fédéral
*Gouvernments provinciaux
Loi sur les offices des produits agricoles
*Lois provinciales sur la commercialisation
Conseil national des produits agricoles
Offices canadiens de commercialisation
Accords fédéraux-provinciaux
*Offices provinciaux de commercialisation
Régies agro-alimentaires provinciales
Ordonnances et règlements fédéraux
Ordonnances et règlements provinciaux
* plus les Territoires

COORDONNÉES DES INTERVENANTS ET PERSONNES-RESSOURCES

Office canadien de commercialisation des œufs
Téléphone : (613) 238-2514
Site Web : www.canadaegg.ca
Personne-ressource : M. Laurent Souligny, président
M. Tim Lambert, directeur exécutif

Producteurs de poulet du Canada
Téléphone : (613) 241-2800
Site Web : www.chicken.ca
Personne-ressource : M. David Fuller, président
M. Mike Dungate, directeur général

Office canadien de commercialisation du dindon
Téléphone : (905) 812-3140
Site Web : www.canadianturkey.ca
Personne-ressource : M. Brent Montgomery, président
M. Phil Boyd, directeur exécutif

Office canadien de commercialisation des œufs d'incubation de poulet à chair
Téléphone : (613) 232-3023
Site Web : www.cbhema.com
Personne-ressource : M. Ed de Jong, président
M. Errol Halkai, directeur exécutif

Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie
Téléphone : (403) 275-8558
Site Web : www.cattle.ca/nco/checkoff.htm
Personne-ressource : M. Marlin Beever, président
M. Rob McNabb, directeur général

Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles
Téléphone : (613) 724-6605
Site Web : www.cpepc.ca
Personne-ressource : M. Shelly Mandell, président
M. Robin Horel, président et chef de la direction

Association canadienne des surtransformateurs de volailles
Téléphone : (613) 738-1175
Site Web : www3.sympatico.ca/fppac
Personne-ressource : M. Ross MacLeod, président
M. Robert DeValk, directeur général

PERSONNES-RESSOURCES DES RÉGIES AGROALIMENTAIRES PROVINCIALES

British Columbia Farm Industry Review Board
Téléphone : (250) 356-8945
Site Web : www.firb.gov.bc.ca
Personne-ressource : M. Richard Bullock, président
M. Jim Collins, directeur général

Alberta Agricultural Products Marketing Council
Téléphone : (780) 427-2164
Site Web : www1.agric.gov.ab.ca
Personne-ressource : M. Don Macyk, président
M. Jackson Gardner, directeur général

Saskatchewan Agri-Food Council
Téléphone : (306) 787-8530
Site Web : www.agr.gov.sk.ca/agrifood
Personne-ressource : M. Garf Stevenson, président
Mme Joy Smith, analyste politique sénior

Conseil manitobain de commercialisation des produits agricoles
Téléphone : (204) 945-4495
Site Web : web2.gov.mb.ca/agriculture/programs/index.php?name=aaa31s02
Personne-ressource : M. David Gislason, président
M. Gordon Mackenzie, directeur

Commission de commercialisation des produits agricoles de l'Ontario
Téléphone : (519) 826-4220
Site Web : www.omafra.gov.on.ca/english/farmproducts/index.html
Personne-ressource : M. Dave Hope, président
Mme Arva Machan, directrice générale

Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec
Téléphone : (514) 873-4024
Site Web : www.rmaaq.gouv.qc.ca
Personne-ressource : M. Marc A. Gagnon, président
Mme Lise Bergeron, vice-présidente

Nova Scotia Natural Products Marketing Council
Téléphone : (902) 893-6511
Site Web : www.gov.ns.ca/nsaf/npmc
Personne-ressource : M. Dave Davies, président
Mme Elizabeth (Liz) Crouse, directrice générale

Commission de commercialisation des produits de ferme du Nouveau-Brunswick
Téléphone : (506) 453-3647
Site Web : www.gnb.ca
Personne-ressource : M. Hazen Myers, président
M. Robert Goggin, directeur général

Newfoundland and Labrador Farm Industry Review Board
Téléphone : (709) 729-3799
Personne-ressource : M. Martin J. Hammond, président
M. Reg King, coordonnateur

Prince Edward Island Marketing Council
Téléphone : (902) 368-5626
Personne-ressource : M. Allison Ellis, président
M. Murray Myles, agent

Northwest Territories Agricultural Products Marketing Council
Téléphone : (867) 873-7383
Personne-ressource : M. Doug Doan, président
M. John Colford, conseiller

National Farm Products Council

Conseil national des produits agricoles

2005 YEAR IN REVIEW

Canada

TABLE OF CONTENTS

MESSAGE FROM THE CHAIRPERSON 2

THE COUNCIL IN REVIEW 6

- Council Business 6
- Complaints 6
- Federal-Provincial Agreements 7
- Administration of the Agricultural Products Marketing Act 9
- Beyond Canada's Borders 9
- Communications Initiatives 10

STATE OF THE INDUSTRY 11

- Agencies in Review 11
  - Canadian Turkey Marketing Agency 11
  - Chicken Farmers of Canada 12
  - Canadian Egg Marketing Agency 13
  - Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency 14
  - Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency 15
- Industry Issues 16
  - World Trade Organization Negotiations 16
  - Avian Influenza 17
  - Bovine Spongiform Encephalopathy 17

LOOKING FORWARD 18

LEGISLATIVE FRAMEWORK 19

STAKEHOLDER CONTACTS 20

MESSAGE FROM THE CHAIRPERSON

ONE OF OUR STRONG POINTS IS OUR ABILITY TO WORK COOPERATIVELY WITH INDUSTRY AND GOVERNMENT PARTNERS. THESE POSITIVE RELATIONSHIPS ENABLE US TO BETTER UNDERSTAND ISSUES, TO DEAL WITH PROBLEMS AS THEY ARISE AND TO PROVIDE THE MINISTER OF AGRICULTURE AND AGRI-FOOD WITH A PAN-CANADIAN OVERVIEW.

As we look back on the year under review, we can be proud of our achievements and the way in which we responded to our challenges. With five new Council members joining us and some staff turnover, 2005 was a busy year for the National Farm Products Council. We also had to make sure that new government-wide policies on internal management were implemented on time—no small feat for our small organization.

One of our strong points is our ability to work cooperatively with industry and government partners. These positive relationships enable us to better understand issues, to deal with problems as they arise and to provide the Minister of Agriculture and Agri-Food with a pan-Canadian overview. This strength bodes well for future endeavours such as our work with the poultry and egg industries on issues such as the current world trade negotiations.

While most of our business deals with the four national supply-management agencies, we also work with the Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency. In 2005, the Council approved the Agency's first domestic levy—a key step forward. We will continue working with the Agency to establish a levy on imported beef that will channel more support to the domestic industry's promotion and research activities.

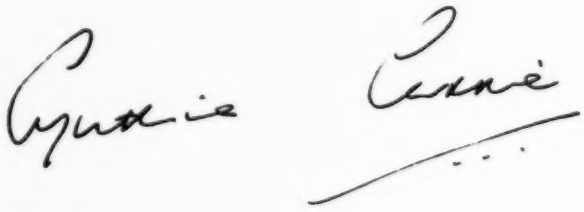
As you read, you will see that we have much improved the way we do business. We streamlined complaint procedures and developed a set of alternative dispute resolution mechanisms. We revitalized corporate management by implementing modern comptrollership and the planning and performance measurement framework. We also improved the governance manual and launched a process to streamline the administration of the *Agricultural Products Marketing Act*. And, having achieved most of the objectives in the *2003–2006 Strategic Plan*, we renewed the Plan and charted our course through 2009.

Looking forward, Council will continue to urge the turkey, egg, and broiler-hatching egg supply management agencies to renew their federal-provincial agreements. These agreements provide opportunities for innovation, transparency and a fair allocation system that allows disproportionate market growth. The Council will also continue to push for improved market information so that the poultry and egg agencies can make better-informed production and marketing decisions.

I am confident that we will succeed thanks to the hard work of my fellow Council members and staff who have shown commitment and co-operation in handling tough issues.

I take this opportunity to commend the national supply management agencies and their industry stakeholders for their continuing efforts to find common ground and build for the future. Through their commitment to partnership, integrity and leadership, Canada's poultry and egg industry grows stronger. The Canadian beef industry, through its own co-operative efforts, is also regaining its strength as it returns to its export markets. I am very confident it has an optimistic future.

Proud as we are of our achievements, they are but a prelude to Canada's future success, where partnerships form the basis of strong leadership.



Cynthia Currie
Chairperson

MEMBERS

From left to right: Roger Richard (Member), Michel Veillette (Member), Susan Johnson (Member), Ron O'Connor (Vice-Chair), Cynthia Currie (Chairperson), Terry Hayward (Executive Director), Maurice Giguère (Member), Stewart Affleck (Member).

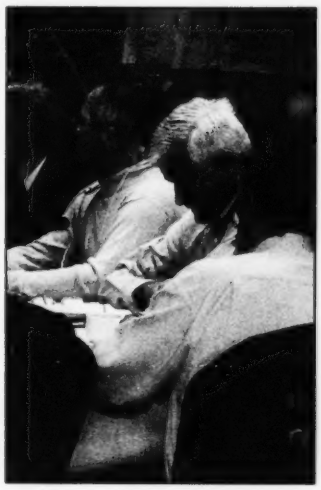
Absent: Juliann Blaser Lindenbach (Member), Larry Campbell (Member—term expired November 2005)

STAFF

From left to right: Lisette Wathier, Keith Wilkinson, Carole Hotte, Pierre Bigras, Lise Leduc, Terry Hayward, Reg Milne, Carola McWade, John Kirk, Christine Kwasse, Kevin McBain, Chantal Lafontaine, Demeena Seyann

Absent: Laura LeBœuf, Patricia Lepage

THE COUNCIL'S STRATEGIC PLAN



The Council is in the last year of its current three-year Strategic Plan, which pursued the following objectives.

- To ensure that the national supply management systems work in the balanced interest of all stakeholders; to provide transparent and accountable supervision of the national marketing agencies for chicken, turkey, eggs, and broiler and hatching eggs; to work co-operatively with provincial and territorial government partners and bring about renewed agreements to strengthen the orderly marketing system.
- To promote the strength, competitiveness and profitability of the sectors and collaborate to improve their market responsive capacity; to promote export market opportunities, higher food-safety standards, improved management of the supply-chain and other measures that benefit Canadian agriculture and agri-food; to provide guidance on the merits and process for creating promotion and research agencies.
- To continually improve the efficient, transparent and responsive management of Council operations; to achieve this by improving strategic planning, management reporting and operating procedures.

In October 2005, Council members and senior staff met to begin work on the *2006–09 Strategic Plan*. This Plan will be finalized and made public early in 2006. It calls for the Council to play a pro-active role in:

- advising the Minister of Agriculture and Agri-Food and policy makers about the operations of the national agencies and the implications that domestic policies and international trade agreements may have on the regulated farm products sector;
- providing an active outreach program to the agri-food sector to highlight the importance and the benefits of co-operation between governments and stakeholders in regulated marketing matters; and
- bringing agencies and sector players together to discuss the major opportunities and challenges facing their industries.

THE COUNCIL IN REVIEW

COUNCIL BUSINESS

This was a busy and productive year for the Council and its staff. The Council held 13 meetings in 2005; seven by teleconference and six face-to-face. Council members regularly attended meetings of the five national agencies that it oversees as well as meetings of the Canadian Poultry and Egg Processors Council. The Council also met with its provincial supervisory board counterparts to explore the challenges facing Canada's regulated farm products industries.

The Council took steps to provide stakeholders with alternatives to resolving disputes through the formal complaints mechanism. In the fall, information was circulated on the alternative dispute resolution methods that will be offered. In future, where use of an alternative dispute resolution process is not possible, the Council may resort to handling complaints through public hearings under section 8 of the Farm Products Agencies Act (FPAA).

THIS WAS A BUSY AND PRODUCTIVE YEAR FOR THE COUNCIL AND ITS STAFF... THE COUNCIL ALSO MET WITH ITS PROVINCIAL SUPERVISORY BOARD COUNTERPARTS TO EXPLORE THE CHALLENGES FACING CANADA'S REGULATED FARM PRODUCTS INDUSTRIES.

COMPLAINTS

In 2005, Council addressed three complaints from stakeholders.

In April, the Canadian Poultry and Egg Processors Council (CPEPC) submitted a complaint against the Chicken Farmers of Canada (CFC)'s quota allocation for period A-66 (June 26 to August 20) and the overall allocation-setting process. The Council investigated the complaint and convened a meeting of the parties. The Council also participated in the CFC Board of Directors meeting in July to observe how Directors set allocations. The Council made several recommendations to the agency on how to improve the process.

In July, the British Columbia Turkey Marketing Board filed a complaint against the Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA)'s proposed quota order for 2005–2006 and the Agency's allocation methodology. Although the Council ultimately rejected the proposed order, the complaint remains open pending the results of the CTMA's facilitated process. This process was initiated by the CTMA to find an allocation methodology that meets the needs of its members and complies with its legal responsibilities.

In November, the CPEPC filed a further complaint against the CFC, this one with respect to the allocation for period A-70 and, again, against the overall allocation-setting process. The Council met with the two parties. An agreement was reached to set up a joint industry technical committee to develop and measure market indicators that could result in more accurate long-range forecasts for the supply and demand of chicken.

FEDERAL-PROVINCIAL AGREEMENTS (FPA)

The Canadian Egg Marketing Agency (CEMA), the Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA) and the Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency (CBHEMA) continued to work to renew their FPAs. The CEMA and CTMA's discussions were also aimed at resolving issues relating to the quota allocation methodology used by each agency.

The National Association of Agri-Food Supervisory Agencies (NAASA) convened member workshops in April and May to establish a clear and coherent position regarding provincial expectations for the supply-managed sector and to arrive at a set of principles acceptable to governments. These principles will guide how the agencies develop quota allocation policies. Workshop participants included NAASA members from the ten provinces (chairs and managers of provincial supervisory boards) as well as agriculture policy Assistant Deputy Ministers from several provinces. Federal participants included representatives from the Council and Agriculture and Agri-Food Canada.

The central principle developed during the workshops was the incorporation of differential growth into agency-developed quota allocation methodologies. This was seen as consistent with the original objectives of supply management and as a pre-requisite for a strong, flexible and responsive system that can adapt to changing markets, international trade rules and provincial policy aims.

Other general principles included protection of financial investments, consideration of regional allocation approaches, support for innovation; effective dispute resolution mechanisms, export policies that are "WTO-friendly" and finally, that the FPAs must address the balanced interests of all value-chain members.

NAASA members elaborated these principles in a report to facilitate discussions with the four national marketing agencies. Meetings were held with each agency in the fall. For the most part, the agencies viewed the principles positively and welcomed NAASA's initiative to help resolve the outstanding issues surrounding quota allocation policies and the timely completion of the FPAs.

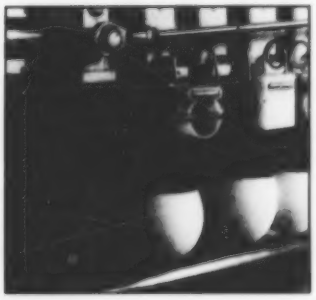
The status of the FPA renewal process for each agency is set out below.

Chicken Farmers of Canada (CFC)

A renewed FPA was signed in June 2001 incorporating a new approach to quota allocation, moving from a "top-down," formula-driven methodology to a "bottom-up," market-driven system. The new agreement, however, did not address the market responsiveness goals of some provinces. The CFC circulated proposed amendments to provincial producer and supervisory boards in 2003 and continued to seek agreement from all provinces in 2005.

Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency (CBHEMA)

In 2005, the Agency completed work on a new FPA and associated schedules. This material will be forwarded to all signatories in 2006 for review and comment. Proposed amendments to the Agency's *Proclamation* (Schedule A to the FPA) include removing the province of Alberta as a member, changing the name of the Agency to "Canadian Hatching Egg Producers" and allowing industry organizations to make non-producer appointments to the Agency's board of directors.



Canadian Egg Marketing Agency (CEMA)

CEMA circulated a draft renewed Federal-Provincial-Territorial Agreement (FPTA) to signatories for comment in 2004. At that time, the three Saskatchewan signatories indicated they would not sign a new FPTA that included CEMA's proposed new quota allocation methodology. The government of Saskatchewan challenged this section as not adhering to the requirements of the *Farm Products Agencies Act*, citing no consideration of the principle of comparative advantage of production. In 2005, this challenge moved into the Federal Court, halting further development of the FPTA.

Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA)

The CTMA continues to face internal challenges to its quota allocation methodology. These challenges, started in 2004, have delayed the finalization of a renewed FPA for the Agency.

In February 2005, the Agency established an Allocation Committee to examine the criteria set out in the CTMA *Proclamation* and to develop a new commercial allocation policy. In June, the Committee concluded its work and forwarded a report to the Agency's Board of Directors for consideration. The Board was unable to reach consensus on the Committee's recommendations. In the fall of 2005, the CTMA entered into a mediation process in an attempt to resolve this issue.

Finding an acceptable methodology for setting quota allocations will allow the Agency to focus its attention on renewing the FPA.

ADMINISTRATION OF THE AGRICULTURAL PRODUCTS MARKETING ACT (APMA)

In 2005, Council initiated a major project to improve how efficiently the *Agricultural Products Marketing Act* (APMA) is administered. The legislation allows the federal government to delegate authority to provincial boards and agencies, enabling them to regulate intra-provincial, inter-provincial and export trade.

The project involves:

- streamlining the administrative procedure for APMA *Orders, Regulations* and amendments;
- improving the ability to track the progress of a particular file; and
- identifying the current status of all the APMA *Delegation Orders* and the provincial organizations exercising federally-delegated authority.

The Council has developed a database of all APMA *Orders and Regulations* that is useful when retrieving and manipulating the information into a comprehensive report. With the co-operation of all provincial government supervisory boards, the database contains information pertaining to the *Delegation Orders, Regulations and Orders* and their amendments, contact information for each provincial supervisory board and commodity organization, extracts from the *Canada Gazette* and direct access to all legislative documents related to the APMA.

BEYOND CANADA'S BORDERS

The Council attended a number of international poultry forums and workshops to build a strong knowledge of trends and developments in the poultry and beef industries. As a food-producing nation, Canada's interests lie in ensuring that sound and fair trading rules and practices are in place, and that Canadian agriculture is prepared to meet animal health challenges as they arise.

At the Atlanta International Poultry Exposition held in January, technological changes and challenges in the poultry and egg industry were discussed. In February, the USDA Agricultural Outlook Forum addressed the theme of "Science, Policy and Markets - What's Ahead". The event focused on how science and technology could have a positive influence on farm productivity, nutrition, health and the environment. The forum also discussed the bovine spongiform encephalitis (BSE) and avian influenza (AI) outbreaks, their impact, prevention and management of future outbreaks.

The Ave Expo Americas held in August in Brazil underscored once again the continued growth in South American poultry production and in Brazil's exports, in particular. The first International Aviculture Forum dealt with poultry nutrition, bio-security, AI, management and animal welfare.

International trade in poultry and poultry products has been affected by the discovery of various strains of AI in wild and domestic flocks. Concerns about the possibility of human-to-human transfer of a mutated AI strain have created additional world-wide anxiety about the likelihood of a human flu pandemic.

As a food-producing nation, Canada's interests lie in ensuring that sound and fair trading rules and practices are in place, and that Canadian agriculture is prepared to meet animal health challenges as they arise.

Trade policy decisions in Russia (import quotas) and the European Union (poultry meat salt content) had a negative impact on major poultry meat exporters, which in turn affected international poultry prices. Canadian producers, processors, distributors, retailers and consumers also felt the effects. These experiences highlighted the importance of sustaining close working relationships along the supply chain to ensure that Canada produces safe food, available in sufficient quantity to meet demand, at reasonable prices.

COMMUNICATIONS INITIATIVES

The Council continued to provide excellent communication products to inform and update its members, staff, industry partners and stakeholders.

Focus Newsletter

Issued eight times a year, the Council's Focus newsletter provides interested readers with valuable and current information. It focuses on Council business, agency news and offers insight on international, industry and portfolio news.

Website

Constructive comments from users have been invaluable in helping Council staff update the website to make it more user-friendly and informative. Contact pages for the supply management marketing agencies and provincial governments, along with the Council's Home Page, received the most "hits" in 2005. To simplify access to information, the site now boasts a new Data Handbook page and a new graphic link to the Speeches page.

Data Handbook

The Council published the 2004 edition of *Canada's Poultry and Egg Industry* in September 2005. This all-in-one handbook provides a wide range of facts and statistical data on the poultry and egg industry. The handbook has been cited as a practical tool for the poultry and egg industry, the academic sector, government departments and other interested groups.

STATE OF THE INDUSTRY

AGENCIES IN REVIEW

Canadian Turkey Marketing Agency

A lot of work was accomplished on the Agency's On-Farm Food Safety Program. The technical review undertaken by the Canadian Food Inspection Agency (CFIA) in 2005 to determine the consistency of the program with the principles of Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) was successful.

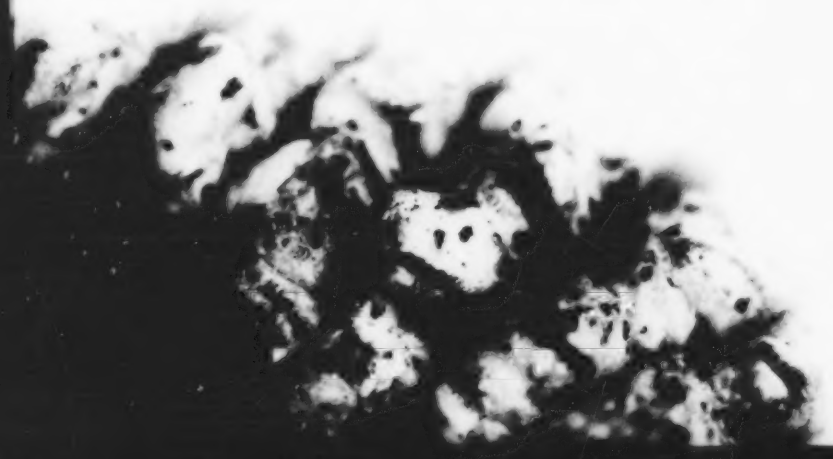
The Agency played a significant role in promoting the nutritional value of turkey to Canadians. The long-standing pattern of static consumption has been broken thanks to the significant growth in consumption, further-processed products and several fast-food marketing initiatives.

In 2004, the processing industry approached the CTMA with a request for additional supply to launch a new turkey sandwich menu item at McDonald's restaurants. As a result, overall consumption of turkey subs and deli sandwiches rose significantly at Canadian quick service restaurants in 2005. This bodes well for consumption, production and processing activity.

Allocation issues, however, continued to preoccupy the Agency, given the Council's December 2004 Complaint Committee report in the matter of the BC signatories' complaint against the CTMA's allocation policies. The Agency responded by forming three sub-committees to define and measure the criteria set out in Section 4 of the *Proclamation* and how they would apply to a new allocation system.

In July, CTMA directors accepted the recommendations made by the Agency's Allocation Committee. They established a quota allocation for the 2005–2006 control period. This action, however, prompted a further complaint to be filed with the Council against the Agency's allocation methodology and the proposed quota regulation.

A LOT OF WORK WAS ACCOMPLISHED ON THE AGENCY'S ON-FARM FOOD SAFETY PROGRAM... THE AGENCY PLAYED A SIGNIFICANT ROLE IN PROMOTING THE NUTRITIONAL VALUE OF TURKEY TO CANADIANS.



Council staff conducted an investigation into the matter and presented a report of the investigation to Council members. Based on the Council's review of the supporting material, the rationale provided by the Agency and the staff investigation report into the complaint, the Council declined to prior-approve the 2005–2006 order. Recognizing the seriousness of its position and its inability to establish an acceptable quota order, the CTMA engaged a mediator to assist it resolve the impasse.

The Council continues to co-operate with the CTMA and its members in their efforts to move forward in this matter

THE AGENCY HAS SHOWN A COMMITMENT TO DETERMINE THE APPROPRIATE VOLUMES OF PRODUCTION FOR EACH PERIOD USING CREDIBLE MARKET INDICATORS SUCH AS IMPORT VOLUMES, STORAGE STOCKS AND WHOLESALE PRICES IN AN EFFORT TO RESOLVE THE CONCERNS OF PROCESSORS.

Chicken Farmers of Canada (CFC)

The CFC continued to monitor key issues affecting the Canadian chicken industry, such as the Canadian consumer preference for chicken, perceptions regarding food safety and quality, and farm-animal care programs. A pilot project on animal care was initiated to develop a comprehensive program for Canadian chicken production. The CFC also worked with industry partners to enhance bio-security in the On-Farm Food Safety Program, *Safe, Safer, Safest*, ensuring that first-class food safety procedures and standardized food safety systems are in place on Canadian farms.

Although progress was made to improve the allocation-setting process, the CFC Board of Directors continued to focus attention on more improvements. The Council was encouraged by the willingness of the CFC directors to openly discuss improvements. The Agency has shown a commitment to determine the appropriate volumes of production for each period using credible market indicators such as import volumes, storage stocks and wholesale prices in an effort to resolve the concerns of processors.

In April 2005, the CPEPC filed a complaint regarding the CFC's allocation for period A-66 and the overall CFC allocation-setting process. The Council addressed this complaint in two stages. As a first step, both the CPEPC and the CFC Executives agreed to meet with the Council to present their views on the proposed allocation for A-66. The Council then met with the CFC Board of Directors to discuss the CPEPC's concerns. The meetings provided a forum for all parties to voice their concerns and discuss ways of improving the process.

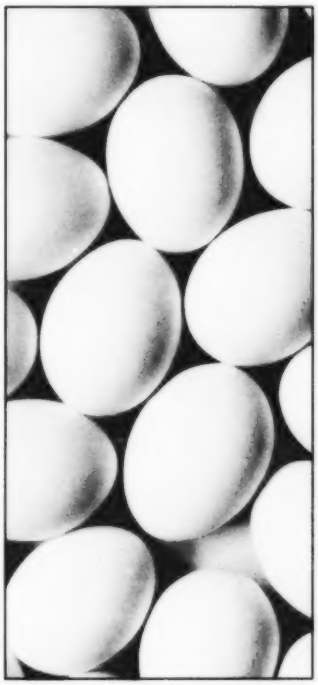
In early November, the CPEPC filed a second complaint with the Council concerning the CFC's quota allocation decision for period A-70. The Council was asked to solve recurring issues with the current system. The Council Chair met with key staff members from the CPEPC and the CFC to discuss the situation. This led to several suggestions with respect to improving the quota allocation-setting process and developing an action plan.

The CFC agreed to form a working group with the CPEPC to identify the most important market indicators to consider in determining quota allocations and then to analyze these indicators thoroughly. The Council commends the parties for taking this collaborative approach to resolving their differences and will follow progress of the working group's efforts with interest.

Canadian Egg Marketing Agency (CEMA)

The CEMA redesigned its *Marketing and Nutrition Plan*. Through this plan, the CEMA's goal is to increase egg consumption by promoting the positive health benefits of eggs. The Agency worked with doctors, dieticians and educators to improve the perception of egg consumption among patients and the general public.

The Agency also revised its cost of production survey. The last survey was completed in 1999. The CEMA and the provincial Egg Boards use the cost of production formula to determine producer price as well as the buyback value used in the Agency's industrial product program. The purpose of this new survey is to update the productivity indicators, i.e., rate of lay and feed conversion ratio. Preliminary work, including questionnaire development and sampling methodology, was completed early in 2005. On-farm interviews took place during the summer and fall and the final report was drafted in late 2005. The final version should be presented to the CEMA Board of Directors at the Agency's March 2006 meeting. The Council's Vice-Chair, Ron O'Connor, participated as an observer on this committee.



THE AGENCY BEGAN THE YEAR IN A GOOD FINANCIAL POSITION. A COMBINATION OF LOW-BREAKING STOCK EGG PRICES INFLUENCED BY US PRICES AND HIGHER THAN ANTICIPATED INDUSTRIAL PRODUCT VOLUMES HOWEVER, RESULTED IN THE AGENCY INCREASING ITS LEVY FOR THE LAST FOUR MONTHS OF THE YEAR.

The Agency began the year in a good financial position. A combination of low-breaking stock egg prices influenced by US prices and higher than anticipated industrial product volumes, however, resulted in the Agency increasing in its levy for the last four months of the year.

The Agency continued to audit egg producers to ensure they are following the Agency's on-farm food safety program, *Start Clean—Stay Clean®*. This HACCP-based program is delivered by the Agency's field inspectors to regulated egg producers, rating farms against objective criteria. The Agency has had an on-farm food safety program since 1989.

The Agency is also developing an on-farm food safety program for the industry's pullet growers. This program will be similar to the *Start Clean—Stay Clean®* program and should be operational in 2006.

The Saskatchewan signatories and three Saskatchewan egg farms filed an application in Federal Court for judicial review of the provincial allocations set out in the CEMA's quota order for December 26, 2004 to December 31, 2005. The Saskatchewan parties had filed a similar request for judicial review in 2004 concerning the quota period August 1, 2004 to December 25, 2004. The Federal Court consolidated the two review applications and has set hearing dates for early 2006.

Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency (CBHEMA)

The Agency continued discussions with the Alberta Hatching Egg Producers to reach an agreement for the province to rejoin the Agency. The Alberta producers withdrew from the Agency in December 2004. The Agency also held discussions with producers from Saskatchewan and New Brunswick on joining the Agency.

®Registered Trademark of Canadian Egg Marketing Agency

The Agency focused its efforts on its FPA renewal. The FPA committee met in June to review the draft FPA, Schedule A of the *Proclamation* and Schedule B of the *Operating Agreement*. Work on the FPA and associated schedules was completed. The CBHEMA will forward the amended FPA to all signatories in 2006 for comment.

The Agency strengthened the bio-security aspect of its HACCP-based Canadian Hatching Egg Quality (CHEQ®) Program. The original technical review of the Program was done by the CFIA in 2005. In the Program, broiler hatching egg farms are audited according to good production practices and critical control points. The Program has three critical control points: medication used, sorting of hatching eggs and storage of any hatching eggs destined for federally-registered grading stations. The CFIA will be reviewing the changes in 2006.

Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency

The Council prior-approved the Agency's first domestic levy order in March 2005. The national levy, set at one dollar per head, is collected on inter-provincial marketing of beef cattle. Four provinces (BC, AB, SK, NB) are collecting the levy based on signed agreements. The other provinces are collecting the levy voluntarily and remitting it to the Agency to support its promotion, research and market development business plan activities. The Agency continued to work with its provincial counterparts to implement the national levy collection system on the basis of signed agreements.

The Agency initiated efforts to develop and finalize the required documents necessary to establish a levy on imported beef cattle, beef and beef products. Agency staff also studied the option of collecting a levy on exports.

® Registered Trademark of Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency

INDUSTRY ISSUES

The four national supply management marketing agencies co-ordinated their efforts in areas of common interest. The round of trade negotiations at the World Trade Organization (WTO) and the industry/government co-ordination to confront the AI outbreak were two such issues. BSE and its impact on trade continued to be an issue within the beef industry world-wide.

World Trade Negotiations (WTO)

Agriculture negotiations through the WTO were extremely busy as member countries set an ambitious target for progress in the Doha round. The objective was to resolve structural issues and focus on determining the level of ambition in preparing for the Ministerial Conference in Hong Kong in December.

PROGRESS WAS MADE ON SEVERAL KEY ISSUES AT THE SIXTH WORLD TRADE ORGANIZATION MINISTERIAL CONFERENCE IN HONG KONG. ALL THE PARTICIPANTS RECOGNIZED, HOWEVER, THAT MUCH REMAINED TO BE FINALIZED IN 2006.

Progress was made on several key issues at the sixth World Trade Organization Ministerial Conference in Hong Kong. All the participants recognized, however, that much remained to be finalized in 2006. Canadian poultry and egg industry representatives worked with Canada's politicians and trade negotiators to reinforce their position that over-quota tariff levels should not be reduced and that minimum access levels not be increased.

Avian Influenza (AI)

AI remained a top concern world-wide as high pathogenic strains of the H5 virus were identified. The Canadian poultry and egg industry went on high alert when a low pathogenic H5 strain of AI was found on a British Columbia commercial duck farm in November. Quick action through a self-imposed quarantine by the producer and the industry/government decision to depopulate the affected flock prevented an industry-wide crisis similar to the one experienced in 2004 when AI was discovered in the Fraser Valley. This quick action and follow-up surveillance resulted in the CFIA and the BC Ministry of Agriculture and Lands declaring poultry farms in two surveillance zones of the Fraser Valley to be free of AI. The surveillance zones and all related quarantines were later removed.

The national agencies and the CPEPC continue to work with the CFIA to develop an effective and efficient set of AI protocols. A co-ordinator was hired by the industry to liaise with the CFIA and Agriculture and Agri-Food Canada. The co-ordinator will focus on projects such as compensation, a pre-emptive cull program and general emergency management, and will also work with governments to implement a national foreign animal disease preparedness plan.

Bovine Spongiform Encephalopathy (BSE)

Since the confirmation of BSE in Canada in 2003, the federal government has worked closely with the Canadian cattle industry to improve the situation facing it. Canada surpassed its testing target established for 2005 BSE surveillance. As of June, 32,363 samples were collected and tested through the provincial and federal laboratory network.

Following a December 2004 decision to allow a wide range of beef and beef products from Canadian cattle of any age into Cuba, the Cuban government announced in March that Canada had been approved as a source of live cattle. As well, the US border opened to some classes of live Canadian cattle and an expanded list of beef products, including bone-in beef from animals under 30 months old. In December, Japan decided to reopen its market to Canadian beef from cattle verified to be less than 21 months old, once risk assessments and final administrative procedures are completed.

LOOKING FORWARD

The Council engaged in constructive discussions to develop the strategic vision for 2006–2009 with the national agencies and stakeholders who presented their plans and priorities as well as their most important concerns. During the Council's strategic planning session in the fall, an environmental scan of the Canadian poultry and egg industry was presented as well as a domestic and international snapshot of the Canadian agriculture and agri-food sector.

The strategic planning session provided the Council with a clear vision of its role and responsibilities in overseeing an effective and sustainable supply management system in Canada. The session underscored the evolution of the poultry and egg industry, the uncertain impact on the industry as a result of international negotiations on agriculture and the idea of a more consumer-oriented industry focused on innovation, efficiency and value chain principles.

Looking ahead, Council identified key priorities as well as challenges within the poultry and egg industry that need to be addressed. Council sees the following as its main priorities:

- work with the agencies and provincial supervisory boards to advance the renewal of the FPAs for poultry and eggs;
- strengthen its oversight role, ensuring that national agencies are operating according to their regulatory and legislative framework and authority;
- improve communication with national agencies and industry stakeholders, and foster dialogue among key stakeholders to enhance effective co-operation;
- continue to initiate activities, conferences and workshops that address current and emerging domestic and international poultry and egg issues to build a knowledge-based industry; and
- strengthen internal administration with sound management practices that allow the Council to monitor its performance against its strategic objectives.

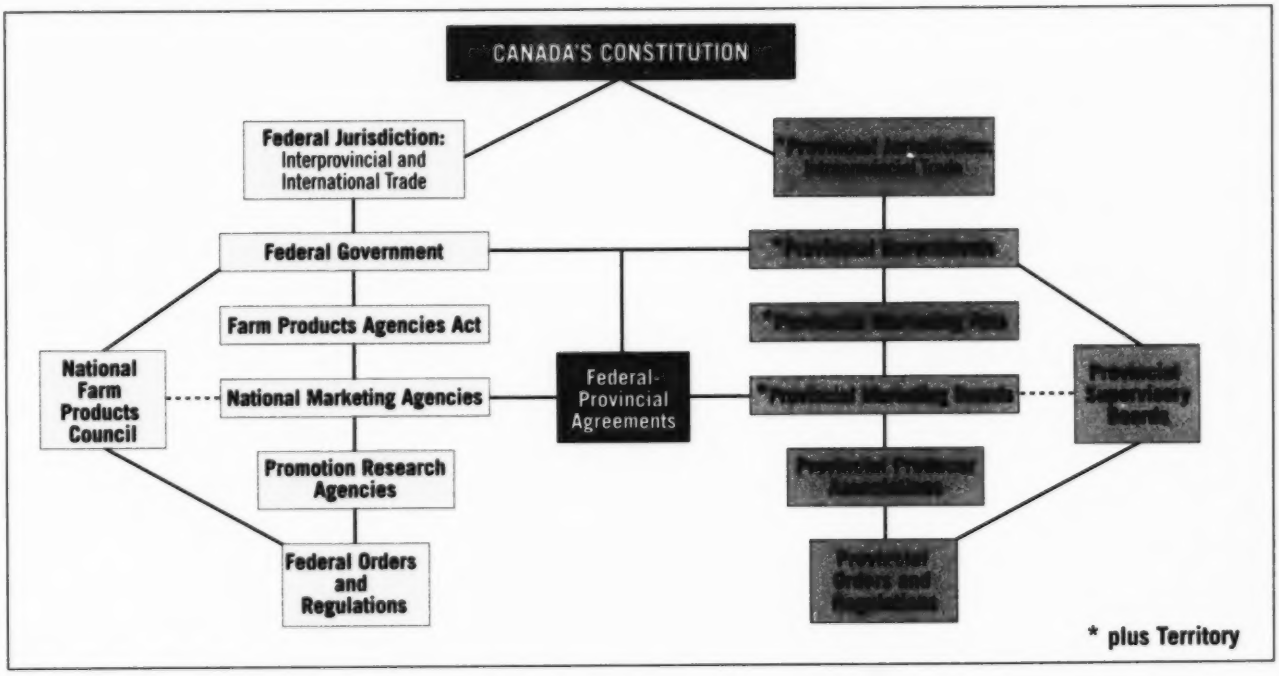
The Council is aware of the challenges in achieving these strategic priorities. Nevertheless, it is optimistic about the promising and exciting future. The Council is prepared, confident and secure that it has the support of its members, staff, the national agencies and industry partners.

LEGISLATIVE FRAMEWORK

Under Canada's *Constitution*, agriculture is divided into two jurisdictions: the federal jurisdiction encompassing inter-provincial and export marketing, and the provincial jurisdiction covering intra-provincial marketing. Any national program must be constructed to respect these two separate but interlinked jurisdictions. The federal government and each province, pursuant to the *Constitution*, put in place a framework within their own jurisdiction and authority. Structurally, the frameworks have similar parallel components, although at the provincial level, there may be some distinctly provincial features.

The supply management system is built on four key legal foundations.

- The *Farm Products Agencies Act* enables producer groups to set up national marketing agencies.
- Federal proclamations establish each of the national marketing agencies.
- Provincial and territorial legislation govern commodity and supervisory boards.
- Federal, provincial and territorial agreements provide the details for operating the system by setting out how each national marketing agency will operate.

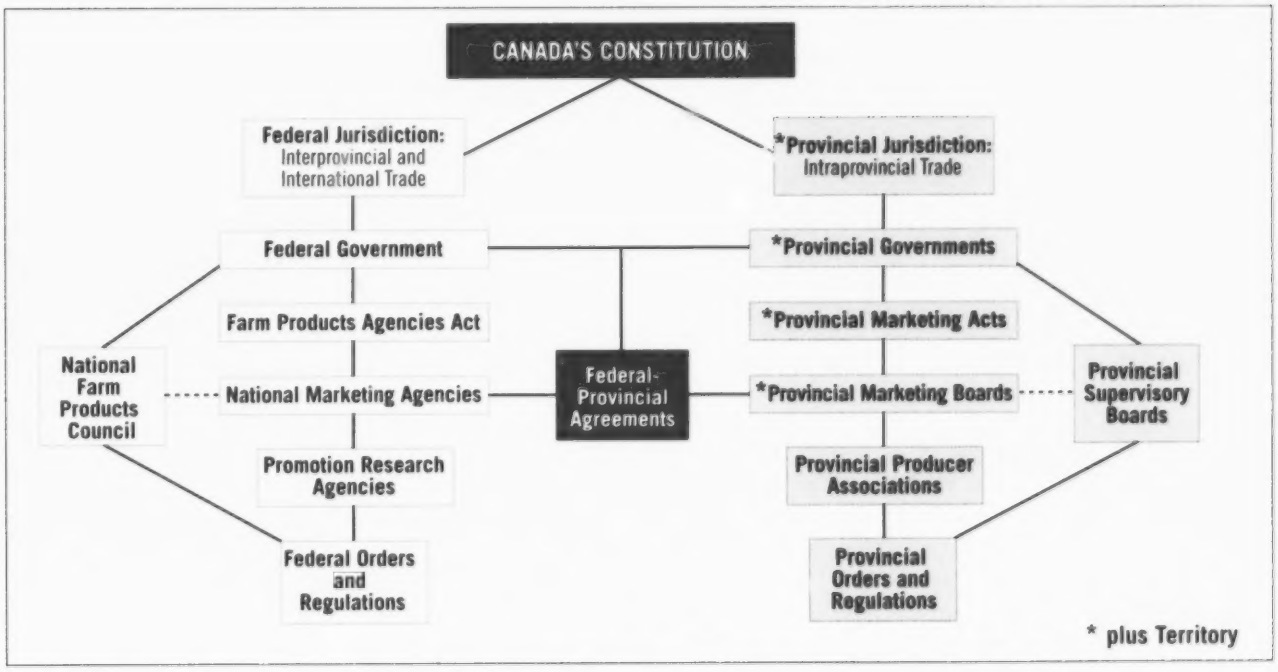


LEGISLATIVE FRAMEWORK

Under Canada's *Constitution*, agriculture is divided into two jurisdictions: the federal jurisdiction encompassing inter-provincial and export marketing, and the provincial jurisdiction covering intra-provincial marketing. Any national program must be constructed to respect these two separate but interlinked jurisdictions. The federal government and each province, pursuant to the *Constitution*, put in place a framework within their own jurisdiction and authority. Structurally, the frameworks have similar parallel components, although at the provincial level, there may be some distinctly provincial features.

The supply management system is built on four key legal foundations.

- The *Farm Products Agencies Act* enables producer groups to set up national marketing agencies.
- Federal proclamations establish each of the national marketing agencies.
- Provincial and territorial legislation govern commodity and supervisory boards.
- Federal, provincial and territorial agreements provide the details for operating the system by setting out how each national marketing agency will operate.



STAKEHOLDER CONTACTS

Canadian Egg Marketing Agency
Phone: (613) 238-2514
Website: www.canadaegg.ca
Contact: Mr. Laurent Souligny, Chairperson
Mr. Tim Lambert, Chief Executive Officer

Chicken Farmers of Canada
Phone: (613) 241-2800
Website: www.chicken.ca
Contact: Mr. David Fuller, Chairperson
Mr. Mike Dungate, General Manager

Canadian Turkey Marketing Agency
Phone: (905) 812-3140
Website: www.canadianturkey.ca
Contact: Mr. Brent Montgomery, Chairperson
Mr. Phil Boyd, Executive Director

Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency
Phone: (613) 232-3023
Website: www.cbhema.com
Contact: Mr. Ed de Jong, Chairperson
Mr. Errol Halkai, Executive Director

The Canadian Beef Cattle Research Market Development and Promotion Agency
Phone: (403) 275-8558
Website: www.cattle.ca/nco/checkoff.htm
Contact: Mr. Marlin Beever, Chairperson
Mr. Rob McNabb, Executive Director

Canadian Poultry and Egg Processors Council
Phone: (613) 724-6605
Website: www.cpepc.ca
Contact: Mr. Shelly Mandell, Chairperson
Mr. Robin Horel, President and CEO

Further Poultry Processors Association of Canada
Phone: (613) 738-1175
Website: www3.sympatico.ca/fppac
Contact: Mr. Ross MacLeod, Chairperson
Mr. Robert DeValk, General Manager

PROVINCIAL SUPERVISORY BOARD CONTACTS

British Columbia Farm Industry Review Board
Phone: (250) 356-8945
Website: www.firb.gov.bc.ca
Contact: Mr. Richard Bullock, Chairperson
Mr. Jim Collins, General Manager

Alberta Agricultural Products Marketing Council
Phone: (780) 427-2164
Website: www1.agric.gov.ab.ca
Contact: Mr. Don Macyk, Chairman
Mr. Jackson Gardner, General Manager

Saskatchewan Agri-Food Council
Phone: (306) 787-8530
Website: www.agr.gov.sk.ca/agrifood
Contact: Mr. Garf Stevenson, Chairperson
Ms. Joy Smith, Senior Policy Analyst

Manitoba Farm Products Marketing Council
Phone: (204) 945-4495
Website: web2.gov.mb.ca/agriculture/programs/index.php?name=aaa31s02
Contact: Mr. David Gislason, Chairperson
Mr. Gordon Mackenzie, Director

Ontario Farm Products Marketing Commission
Phone: (519) 826-4220
Website: www.omafra.gov.on.ca/english/farmproducts/index.html
Contact: Mr. Dave Hope, Chairperson
Ms. Arva Machan, General Manager

Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec
Phone: (514) 873-4024
Website: www.rmaaq.gouv.qc.ca
Contact: Mr. Marc A. Gagnon, Chairperson
Ms. Lise Bergeron, Vice-Chairperson

Nova Scotia Natural Products Marketing Council
Phone: (902) 893-6511
Website: www.gov.ns.ca/nsaf/npmc
Contact: Mr. Dave Davies, Chairperson
Ms. Elizabeth (Liz) Crouse, General Manager

New Brunswick Farm Products Marketing Commission
Phone: (506) 453-3647
Website: www.gnb.ca
Contact: Mr. Hazen Myers, Chairperson
Mr. Robert Goggin, General Manager

Newfoundland and Labrador Farm Industry Review Board
Phone: (709) 729-3799
Contact: Mr. Martin J. Hammond, Chairperson
Mr. Reg King, Co-ordinator

Prince Edward Island Marketing Council
Phone: (902) 368-5626
Contact: Mr. Allison Ellis, Chairperson
Mr. Murray Myles, Marketing Council Officer

Northwest Territories Agricultural Products Marketing Council
Phone: (867) 873-7383
Contact: Mr. Doug Doan, Chairperson
Mr. John Colford, Advisor